

Документ подписан простой электронной подписью

Информация о владельце:

ФИО: Поверинов Игорь Егорович

Должность: Проректор по учебной работе

Дата подписания: 01.10.2021 11:02:29

Уникальный программный ключ:

6d465b936eef331cedc482bde6d6d12ab982166521010465d33b72aeab0de102

АННОТАЦИЯ

рабочей программы практики
«Учебная практика (ознакомительная практика)»
направления подготовки 38.03.02 Менеджмент
направленности (профиля) «Маркетинг»

1. Цели и задачи обучения при прохождении практики

Учебная практика проводится с **целью** закрепления и углубления теоретических знаний; развития практических умений и навыков, необходимых для самостоятельного решения конкретных задач в области маркетинга; сбора материалов, необходимых для выполнения выпускной квалификационной работы.

Задачи практики:

- изучение деятельности организации в соответствии с программой практики;
- освоение методов сбора, обработки и анализа управленческой информации;
- выполнение поручений руководителя практики от организации;
- приобретение опыта профессиональной деятельности в области маркетинга.

2. Вид, тип практики, способ и формы ее проведения

Тип учебной практики – ознакомительная практика.

Практика проводится в форме практической подготовки в соответствии с календарным учебным графиком и учебным планом.

Способы проведения практики – стационарная (проводится в организации либо в профильной организации, расположенной на территории населенного пункта, в котором расположена организация), выездная (проводится вне населенного пункта, в котором расположена организация).

Форма проведения практики – дискретная по видам практик – путем выделения в календарном учебном графике непрерывного периода учебного времени для проведения каждого вида (совокупности видов) практики.

Практическая подготовка при проведении практики организуется путем непосредственного выполнения обучающимися определенных видов работ, связанных с будущей профессиональной деятельностью.

Практика для обучающихся с ограниченными возможностями здоровья и инвалидов проводится с учетом особенностей их психофизического развития, индивидуальных возможностей и состояния здоровья.

3. Планируемые результаты обучения при прохождении практики, соотнесенные с результатами освоения образовательной программы

Проведение учебной практики с учетом направленности (профиля) нацелено на формирование у бакалавра, в соответствии с целями основной образовательной программы и задачами будущей профессиональной деятельности, следующих компетенций, в результате освоения которых обучающийся должен:

Код компетенции	Индикатор достижения компетенции	Планируемые результаты обучения
УК-1. Способен осуществлять поиск, критический анализ и синтез	УК-1.1. Осознает поставленную задачу, осуществляет поиск аутентичной и полной информации для ее решения	Знать: содержание поставленной задачи. Уметь: оценивать и выбирать оптимальные источники информации:

информации, применять системный подход для решения поставленных задач	из различных источников, в том числе официальных и неофициальных, документированных и недокументированных	официальные и неофициальные, документированные и недокументированные. Владеть: навыками поиска аутентичной и полной информации различных видов для решения конкретной задачи.
	УК-1.2. Описывает и критически анализирует информацию, отличая факты от оценок, мнений, интерпретаций, осуществляет синтез информационных структур, систематизирует их	Знать: основы теоретических знаний о методы работы с информацией, в том числе различая факты и их интерпретации. Уметь: выбирать методы работы с информацией, соответствующие различным этапам решения определенной задачи: описание, анализ и синтез, систематизация. Владеть: умениями последовательно выполнять интеллектуальные действия с информацией для достижения поставленной задачи.
	УК-1.3. Для решения поставленной задачи применяет системный подход, выявляя ее компоненты и связи; рассматривает варианты и алгоритмы реализации поставленной задачи, оценивая их достоинства и недостатки	Знать: процедуры алгоритмизации комплекса действий в контексте решения поставленной задачи, включая описание, анализ и синтез, оценку, систематизацию информации. Уметь: критически анализировать варианты и алгоритмы решения поставленной задачи, оценивая их достоинства и недостатки. Владеть: методикой системного подхода при решении поставленной задачи в совокупности ее структурных компонентов и связей.
УК-2. Способен определять круг задач в рамках поставленной цели и выбирать оптимальные способы их решения, исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений	УК-2.1. Определяет круг задач проекта и связи между ними в рамках поставленной цели, последовательность действий; оценивает перспективы и прогнозирует результаты альтернативных решений	Знать: теоретические основы проектной деятельности. Уметь: критически оценивать проектные задачи и решения в рамках поставленной цели. Владеть: методами построения алгоритмов действий, прогнозирования результатов и выбора перспективных альтернатив проекта.
	УК-2.2. Выбирает оптимальные способы решения задач с учетом действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений; осуществляет текущий мониторинг своих действий при разработке и реализации проектов	Знать: возможные правовые, ресурсные и иные ограничения, необходимость их учета в проектной деятельности. Уметь: осуществлять выбор оптимальных способов решения проектных задач. Владеть: навыками проведения текущего мониторинга различных этапов проектной деятельности.

	УК-2.3. Представляет документированные результаты с обоснованием выполненных проектных задач	<p>Знать: нормативные требования и методические рекомендации по документированию проектных работ.</p> <p>Уметь: оформлять проектную документацию.</p> <p>Владеть: опытом обоснования результатов реализованных проектных задач.</p>
УК-3. Способен осуществлять социальное взаимодействие и реализовывать свою роль в команде	УК-3.1. Понимает цели и задачи команды, свою роль в социальном взаимодействии и командной работе с учетом собственных личных и деловых качеств, интересов команды; владеет основами управления	<p>Знать: основные цели и задачи команды, свою роль в социальном взаимодействии и командной работе с учетом собственных личных и деловых качеств, интересов команды.</p> <p>Уметь: управлять командой.</p> <p>Владеть: навыками применения знаний основ менеджмента и самоуправления на практике.</p>
	УК-3.2. Реализует свою роль, продуктивно взаимодействуя с другими членами команды	<p>Знать: о необходимости продуктивного взаимодействия с членами команды.</p> <p>Уметь: реализовать себя как член команды.</p> <p>Владеть: умением планомерно и результативно осуществлять деятельность в ходе командной работы.</p>
	УК-3.3. Соблюдает правила командной работы; осознает личную ответственность за результаты деятельности и реализацию общекомандных целей и задач	<p>Знать: личную ответственность за результаты деятельности и реализацию общекомандных целей и задач.</p> <p>Уметь: соблюдать правила командной работы.</p> <p>Владеть: навыками управления командой в обычных и нестандартных ситуациях.</p>
УК-4. Способен осуществлять деловую коммуникацию в устной и письменной формах на государственном языке Российской Федерации и иностранном(ых) языке(ах)	УК-4.1. Обладает знанием основ деловой коммуникации, специфики вербального и невербального взаимодействия, этики делового общения; на должном уровне владеет государственным языком Российской Федерации и необходимым(и) для коммуникации государственным(и) языком субъекта(ов) федерации и иностранным(и) языком (ами)	<p>Знать: основы деловой коммуникации, специфики вербального и невербального общения.</p> <p>Уметь: соблюдать этику делового общения.</p> <p>Владеть: на должном уровне государственным языком Российской Федерации и необходимым(и) для коммуникации государственным(и) языком субъекта(ов) федерации и иностранным(и) языком (ами).</p>
	УК-4.2. Осуществляет деловую коммуникацию в устной форме на государственном языке Российской Федерации, государственном(ых) языке(ах) субъекта(ов) феде-	<p>Знать: правила, нормы этикета и основы этики устной деловой коммуникации.</p> <p>Уметь: учитывать особенности коммуникаторов, условия и виды делового общения.</p>

	рации и иностранном(ых) языке(ах) с учетом особенностей коммуникаторов и вида делового общения	Владеть: навыками осуществления деловой коммуникации в устной форме на государственном языке Российской Федерации, государственном(ых) языке(ах) субъекта(ов) федерации и иностранном(ых) языке(ах).
	УК-4.3. Осуществляет деловую коммуникацию в письменной форме с использованием официально-делового стиля на государственном языке Российской Федерации, государственном(ых) языке(ах) субъекта(ов) федерации и иностранном(ых) языке(ах), в том числе с учетом правил отечественного делопроизводства и международных норм оформления документов	Знать: правила, нормы этикета и этику письменной деловой коммуникации. Уметь: осуществлять деловую коммуникацию в письменной форме с использованием официально-делового стиля на государственном языке Российской Федерации, государственном(ых) языке(ах) субъекта(ов) федерации и иностранном(ых) языке(ах) Владеть: знаниями правил отечественного делопроизводства и международных норм оформления документов.
УК-5. Способен воспринимать межкультурное разнообразие общества в социально-историческом, этическом и философском контекстах	УК-5.1. Осознает межкультурное разнообразие общества в его различных контекстах: социально-историческом, этическом, философском	Знать: исторические аспекты и современное состояние концепции межкультурного разнообразия общества. Уметь: различать социально-исторические, этические и философские контексты культурного разнообразия общества. Владеть: умением выстраивать свое поведение в обществе с учетом его межкультурного разнообразия.
	УК-5.2. Выбирает способ адекватного поведения в поликультурном сообществе и соблюдает общекультурные этические нормы, разрешает возможные противоречия и конфликты	Знать: правила поведения в поликультурном сообществе. Уметь: соблюдать национальные и общепринятые международные этические нормы. Владеть: способностью использовать ситуационно адекватные меры к урегулированию возможных противоречий и конфликтов в поликультурном сообществе.
	УК-5.3. Осуществляет продуктивное общение с учетом разнообразия социальных групп в социально-историческом, этическом и философском контекстах, в том числе для решения профессиональных задач	Знать: подходы к продуктивному взаимодействию в различных социальных группах. Уметь: построить сотрудничество участников сложного сообщества на фоне его социально-исторического, этического и философского структурного разнообразия. Владеть: методами реализации соци-

		альных и профессиональных задач с учетом разнообразия состава социальных групп.
УК-6. Способен управлять своим временем, выстраивать и реализовывать траекторию саморазвития на основе принципов образования в течение всей жизни	УК-6.1. Знает и применяет методы и инструменты управления временем для достижения цели и решения конкретных задач	Знать: методы и инструменты управления временем. Уметь: использовать средства управления временем при решении конкретных задач. Владеть: навыками системного применения методики управления временем в стратегических и тактических целях.
	УК-6.2. Выстраивает и в течение всей жизни реализует траекторию личного развития на основе принципов образования	Знать: принципы образования, способствующие постоянному личному развитию. Уметь: использовать принципы образования для личного развития в конкретной ситуации. Владеть: навыками реализации траектории личного развития как осуществляемого на протяжении жизни принципу.
	УК-6.3. Вносит коррективы в развитие своей профессиональной деятельности в связи с личными интересами, потребностями общества и изменением внешних факторов	Знать: о необходимости коррекции в развитии своей профессиональной деятельности. Уметь: корректировать развитие своей профессиональной деятельности под воздействием одного из факторов: личные интересы, внешние факторы, потребности общества. Владеть: навыками комплексного подхода к коррекции своей профессиональной деятельности в контексте изменения личных интересов, внешних факторов и потребностей общества.
УК-7. Способен поддерживать должный уровень физической подготовленности для обеспечения полноценной социальной и профессиональной деятельности	УК-7.1. Адекватно оценивает состояние здоровья и самочувствие, выбирает здоровьесберегающие технологии	Знать: основные способы оценки состояния здоровья и определения самочувствия. Уметь: адекватно оценивать состояние здоровья и самочувствие. Владеть: навыками применения здоровьесберегающих технологий.
	УК-7.2. Поддерживает должный уровень физической подготовленности, пропагандирует физкультуру, активно участвует в спортивных мероприятиях	Знать: роль физкультуры и спорта в жизни человека, методику поддержания здорового образа жизни. Уметь: применять физические упражнения для поддержания должного уровня физической подготовленности. Владеть: умением вести пропаганду физической культуры и спорта, ак-

		тивно участвуя в спортивных мероприятиях.
	УК-7.3. В профессиональной деятельности планирует рабочее время для сочетания интеллектуальных и физических нагрузок, обеспечения высокой работоспособности	Знать: зависимость работоспособности от правильного распределения рабочего времени. Уметь: сочетать интеллектуальные и физические нагрузки в профессиональной деятельности. Владеть: навыком использования имеющихся нематериальных ресурсов для обеспечения высокой работоспособности.
УК-8. Способен создавать и поддерживать в повседневной жизни и в профессиональной деятельности безопасные условия жизнедеятельности для сохранения природной среды, обеспечения устойчивого развития общества, в том числе при угрозе и возникновении чрезвычайных ситуаций и военных конфликтов	УК-8.1. Выявляет и анализирует природные и техногенные факторы вредного влияния на среду обитания, социальной жизни и профессиональной деятельности, доводит информацию до компетентных структур	Знать: общие принципы выявления и анализа природных и техногенных факторов, влияющие на физическую и социальную среду. Уметь: организовать взаимодействие с компетентными органами в экстраординарных природных и техногенных условиях. Владеть: опытом организации профессиональной деятельности с учетом возможных факторов вредного влияния природного и техногенного характера.
	УК-8.2. Создает и поддерживает безопасные условия жизни и профессиональной деятельности, соблюдает правила безопасности	Знать: нормы и требования поддержания безопасных условий жизни и профессиональной деятельности. Уметь: соблюдать правила безопасности. Владеть: навыками создания безопасных условий для жизни и профессиональной деятельности.
	УК-8.3. При возникновении чрезвычайных ситуаций действует в соответствии с имеющимися знаниями, опытом, инструкциями и рекомендациями; способен оказать первую медицинскую помощь пострадавшим	Знать: методику выявления потенциально опасных проблем чрезвычайного характера. Уметь: оказать первую медицинскую помощь. Владеть: навыками применения знаний, опыта, инструкций и рекомендаций при возникновении чрезвычайных ситуаций.
УК-9. Способен использовать базовые дефектологические знания в социальной и профессиональной сферах	УК-9.1. Обладает базовыми дефектологическими знаниями	Знать: основы дефектологии в социальной и профессиональной сферах. Уметь: соотносить теоретические дефектологические знания с практикой социального общения и профессионального взаимодействия в конкретной ситуации. Владеть: навыками общения с инвалидами и лицами с ограниченными возможностями здоровья.

	<p>УК-9.2. Использует дефектологические знания в социальной и профессиональной сферах</p>	<p>Знать: правила поведения инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья.</p> <p>Уметь: интерпретировать психологические и поведенческие особенности лиц с ограниченными возможностями здоровья и инвалидов.</p> <p>Владеть: навыками определения поведенческой линии в общении с инвалидами и лицами с ограниченными возможностями здоровья.</p>
	<p>УК-9.3. Выстраивает этический вектор поведения для реализации инклюзивной компетентности в жизни и профессиональной деятельности</p>	<p>Знать: комплекс этических норм для реализации инклюзивной компетентности в жизни и профессиональной деятельности.</p> <p>Уметь: планировать и осуществлять взаимодействие с лицами с ограниченными возможностями здоровья и инвалидами на основе этических норм.</p> <p>Владеть: управленческими навыками организации работы коллектива, включающего сотрудников с ограниченными возможностями здоровья и инвалидов.</p>
<p>УК-10. Способен принимать обоснованные экономические решения в различных областях жизнедеятельности</p>	<p>УК-10.1. Понимает базовые принципы функционирования экономики и экономического развития, цели и формы участия государства в экономике</p>	<p>Знать: основы поведения экономических агентов; основные принципы экономического анализа для принятия решений; основные экономические понятия; ресурсные ограничения экономического развития, источники повышения производительности труда, технического и технологического прогресса, показатели экономического развития и экономического роста; понятие общественных благ и роль государства в их обеспечении; цель, задачи и инструменты макроэкономической политики государства.</p> <p>Уметь: воспринимать и анализировать информацию, необходимую для принятия обоснованных экономических решений.</p> <p>Владеть: навыками критической оценки информации о перспективах экономического роста и технологического развития экономики страны и отдельных ее отраслей.</p>
	<p>УК-10.2. Применяет методы личного экономического и финансового планирования для достижения текущих и</p>	<p>Знать: основные виды личных доходов, механизмы их получения и увеличения; сущность и функции предпринимательской деятельности; ос-</p>

	<p>долгосрочных финансовых целей, использует финансовые инструменты для управления личными финансами (личным бюджетом), контролирует собственные экономические и финансовые риски</p>	<p>новые финансовые организации и принципы взаимодействия индивида с ними; основные финансовые инструменты, используемые для управления личными финансами; понятия риск и неопределенность; виды и источники возникновения экономических и финансовых рисков для индивида, способы их оценки и снижения; основные этапы жизненного цикла индивида; основные виды расходов, механизмы их снижения; принципы и технологии ведения личного бюджета.</p> <p>Уметь: решать типичные задачи в сфере личного экономического и финансового планирования; выбирать инструменты управления личными финансами; пользоваться источниками информации о правах и обязанностях потребителя финансовых услуг.</p> <p>Владеть: навыками ведения личного бюджета, оценки своих прав на налоговые льготы, пенсионные и социальные выплаты.</p>
	<p>УК-10.3. Выстраивает методологию принятия решений в условиях меняющейся экономической ситуации в различных областях жизнедеятельности</p>	<p>Знать: содержание понятий «метод» и «методология»; специфику построения методологических схем принятия экономических решений, их конкретно-предметный характер.</p> <p>Уметь: выбрать группу методов применительно к конкретной ситуации принятия экономических решений, разработать план их применения.</p> <p>Владеть: навыками принятия обоснованных экономических решений в условиях меняющейся экономической ситуации в различных областях жизнедеятельности.</p>
<p>УК-11. Способен формировать нетерпимое отношение к коррупционному поведению</p>	<p>УК-11.1. Обладает знаниями о коррупции и коррупционном поведении</p>	<p>Знать: содержание понятий «коррупция» и «коррупционное поведение»; правовые последствия коррупционного поведения.</p> <p>Уметь: распознавать признаки коррупционного поведения.</p> <p>Владеть: умением соотносить различные виды коррупционного поведения с правовыми нормами и санкциями.</p>
	<p>УК-11.2. Нетерпимо относится к коррупции и корруп-</p>	<p>Знать: пагубные последствия влияния коррупционного поведения на</p>

	<p>ционному поведению</p>	<p>моральное состояние личности и общества. Уметь: критически относиться к коррупции и коррупционному поведению. Владеть: умением сознательно и уверенно отказываться рассматривать перспективы своего личностного развития и профессионального роста в связи с коррупционной составляющей.</p>
	<p>УК-11.3. Формирует нетерпимое отношение к коррупционному поведению у коллег и подчиненных</p>	<p>Знать: методы убеждения коллег в бесперспективности коррупционного общества в целом и трудового коллектива в частности. Уметь: приводить необходимые аргументы в поддержку антикоррупционного поведения коллег и подчиненных. Владеть: умениями проводить систематически и целенаправленно антикоррупционную пропаганду и агитацию; разрабатывать систему мероприятий по профилактике коррупционного поведения.</p>
<p>ПК-1. Маркетинговые исследования, взаимодействия с субъектами товаропроводящей сети</p>	<p>ПК-1.1. Сбор, формирование и ведение базы данных для анализа рынка.</p>	<p>Знать: приказы, положения, инструкции организации; нормативную документацию организации; основы маркетинга и делопроизводства; основы микро- и макроэкономики; методы сегментирования рынка; методику позиционирования продукции организации на рынке; статистические и маркетинговые методы сбора, обработки, анализа и прогнозирования данных; конкурентов сегменте рынка. Уметь: определять факторы, влияющие на уровень продаж организации и емкость рынка; находить данные из различных источников и выполнять их верификацию; использовать внутренние информационные ресурсы; применять статистические и маркетинговые методы сбора, обработки, анализа и прогнозирования данных; выбирать критерии для анализа; анализировать эффективность каналов сбора данных; определять конкурентное окружение продукта организации на рынке; отслеживать изменения в социально-экономической си-</p>

		<p>туации; регулярно актуализировать базу данных; оптимизировать базу данных; определять модели-аналоги продукта конкурентов; применять в работе информацию по техническим характеристикам и конструктивным особенностям продукта организации и конкурентов; проводить сравнительный анализ технических характеристик и конструктивных особенностей продукта организации и конкурентов; использовать прикладные программные продукты.</p> <p>Владеть: анализом технических характеристик и конструктивных особенностей продукта организации и конкурентов с учетом результатов анализа статистических данных; непрерывным обновлением базы данных с применением статистических и маркетинговых методов их сбора.</p>
--	--	---

4. Место практики в структуре образовательной программы высшего образования

Блок 2. «Практика», «Обязательная часть».

Учебная практика предусмотрена образовательной программой и учебным планом по направлению подготовки 38.03.02 Менеджмент, профиль «Маркетинг». Практика проводится на базе предприятий/организаций, а также на базе ЧГУ в 4 семестре. Организация проведения практики осуществляется на основе договоров с организациями, деятельность которых соответствует профессиональным компетенциям, осваиваемым в рамках ОП ВО.

Практика для обучающихся с ограниченными возможностями здоровья и инвалидов проводится с учетом особенностей их психофизического развития, индивидуальных возможностей и состояния здоровья.

При прохождении практики используются знания, умения и навыки, сформированные в ходе освоения учебных дисциплин ОП ВО:

- Правоведение,
- Теория организации,
- Информационные технологии в экономике и управлении,
- Комплексный экономический анализ,
- Статистика,
- Микроэкономика,
- Бухгалтерский учет,
- Экономика организаций,
- Финансы,
- Менеджмент,
- Управленческий учет,
- Государственное и муниципальное управление,
- Мировая экономика,
- Информационные системы маркетинга,
- Информационные технологии в маркетинге,
- Макроэкономика.

Знания, умения и навыки, полученные в результате прохождения практики, используются для изучения последующих дисциплин и практик ОП ВО:

- Эконометрика,
- Педагогика и психология,
- Маркетинг,
- Организационное поведение,
- Управление бизнесом,
- Управление внешнеэкономической деятельностью,
- Поведение потребителей,
- Социальный маркетинг,
- Управление операциями,
- Производственная практика (технологическая (проектно-технологическая) практика),
- Производственная практика (преддипломная),
- Подготовка к процедуре защиты и защита выпускной квалификационной работы.

5. Объем практики в зачетных единицах и ее продолжительность в неделях и академических часах

Для освоения программы практики в учебном плане предусмотрено 3 зачетных единиц / 108 академических часов. Продолжительность практики – 2 недели.

6. Структура и содержание практики

В соответствии с учебным планом для освоения программы практики в учебном плане предусмотрено 3 з.е./ 108 ак.ч.

№ п/п	Разделы (этапы) практики	Виды работ на практике, включая самостоятельную работу обучающихся	Трудоемкость, час	В том числе на практическую подготовку и индивидуальную контактную работу, час.	Формируемые компетенции
1.	Организация практики, подготовительный этап	Проведение организационного собрания, на котором освещаются цели и основные задачи практики, указываются отчетные сроки, раздаются необходимые материалы для прохождения практики. Оформление на практику, инструктаж по ознакомлению с требованиями охраны труда, техники безопасности, пожар-	2	2	УК-1, УК-2, УК-3, УК-4, УК-5, УК-6, УК-7, УК-8, УК-9, УК-10, УК-11, ПК-1.1

№ п/п	Разделы (этапы) практики	Виды работ на практике, включая самостоятельную работу обучающихся	Трудоемкость, час	В том числе на практическую подготовку и индивидуальную контактную работу, час.	Формируемые компетенции
		<p>ной безопасности, а также правилами внутреннего трудового распорядка организации, предоставляющей место для прохождения практики.</p> <p>Получение задания по практике.</p>			
2.	Основной этап	<p>Обучение и работа на рабочем месте в качестве стажера-практиканта в соответствии с индивидуальным заданием.</p> <p>Знакомство с организационной структурой объекта практики. Изучение технологической и нормативной документации.</p> <p>Изучение работы систем и работы основного оборудования данного объекта.</p> <p>Знакомство с инструкциями, рекомендациями, памятками, справочниками, изданиями проектного института или предприятия – объекта практики, а также с изданиями ведомственного характера, а также их изучение.</p> <p>Сбор фактического и литературного материала.</p> <p>Анализ собранных материалов, проведение расчетов, составление графиков, диаграмм.</p> <p>Ведение дневника практики.</p>	70	66	УК-1, УК-2, УК-3, УК-4, УК-5, УК-6, УК-7, УК-8, УК-9, УК-10, УК-11, ПК-1.1
3.	Аналитический этап	Представление руководителю практики со-	22	2	УК-1, УК-2, УК-3, УК-4,

№ п/п	Разделы (этапы) практики	Виды работ на практике, включая самостоятельную работу обучающихся	Трудоемкость, час	В том числе на практическую подготовку и индивидуальную контактную работу, час.	Формируемые компетенции
		бренных материалов. Выполнение производственных заданий. Участие в решении конкретных профессиональных задач. Обсуждение с руководителем практики проделанной части работы.			УК-5, УК-6, УК-7, УК-8, УК-9, УК-10, УК-11, ПК-1.1
3.	Заключительный этап	Составление на основе проведенного исследования выводов и предложений. Подготовка отчетной документации. Оформление отчета по практике в соответствии с требованиями. Сдача отчета о прохождении практики на кафедре. Защита отчета.	14	12	УК-1, УК-2, УК-3, УК-4, УК-5, УК-6, УК-7, УК-8, УК-9, УК-10, УК-11, ПК-1.1
	ИТОГО		108	82	
	ИТОГО, з.е.		3		

7. Форма отчётности по практике

Формой аттестации практики является зачет с оценкой (дифференцированный зачет). По итогам зачета обучающемуся могут быть выставлены оценки «отлично», «хорошо», «удовлетворительно» и «неудовлетворительно».

Разработчик рабочей программы практики:

Иванова Т.В., доктор экономических наук, доцент кафедры менеджмента и маркетинга.

АННОТАЦИЯ
рабочей программы практики
«Производственная практика (технологическая (проектно-технологическая) практика)»
направления подготовки 38.03.02 Менеджмент
направленности (профиля) «Маркетинг»

1. Цели и задачи обучения при прохождении практики

Производственная практика проводится с **целью** дальнейшего расширения у обучающихся знаний, связанных с закреплением и углублением теоретического материала; обеспечения становления профессионального мышления студентов, формирования у них четкого представления об основных профессиональных задачах, способах их решения; сбора материалов, необходимых для выполнения выпускной квалификационной работы.

Задачи практики:

- формирование умений использования современных технологий сбора информации, обработки и интерпретации полученных экспериментальных и эмпирических данных, владение современными методами исследований;
- обеспечение готовности к профессиональному самосовершенствованию, развитию инновационного мышления и творческого потенциала, профессионального мастерства;
- самостоятельное формулирование и решение задач, требующих углубленных профессиональных знаний.

2. Вид, тип практики, способ и формы ее проведения

Тип производственной практики – технологическая (проектно-технологическая) практика.

Практика проводится в форме практической подготовки в соответствии с календарным учебным графиком и учебным планом.

Способы проведения практики – стационарная (проводится в организации либо в профильной организации, расположенной на территории населенного пункта, в котором расположена организация), выездная (проводится вне населенного пункта, в котором расположена организация).

Форма проведения практики – дискретная по видам практик – путем выделения в календарном учебном графике непрерывного периода учебного времени для проведения каждого вида (совокупности видов) практики.

Практическая подготовка при проведении практики организуется путем непосредственного выполнения обучающимися определенных видов работ, связанных с будущей профессиональной деятельностью.

Практика для обучающихся с ограниченными возможностями здоровья и инвалидов проводится с учетом особенностей их психофизического развития, индивидуальных возможностей и состояния здоровья.

3. Планируемые результаты обучения при прохождении практики, соотнесенные с результатами освоения образовательной программы

Проведение производственной практики с учетом направленности (профиля) нацелено на формирование у бакалавра, в соответствии с целями основной образовательной программы и задачами будущей профессиональной деятельности, следующих компетенций, в результате освоения которых обучающийся должен:

Код компетенции	Индикатор достижения ком-	Планируемые результаты обуче-
-----------------	---------------------------	-------------------------------

	петенции	ния
ОПК-1. Способен решать профессиональные задачи на основе знаний (на промежуточном уровне) экономической, организационной и управленческой теории	ОПК-1.1. Использует основы экономической, организационной и управленческой теории для успешного выполнения профессиональной деятельности	<p>Знать: основы экономической, организационной и управленческой теорий в объеме, необходимом для успешной профессиональной деятельности.</p> <p>Уметь: решать профессиональные задачи с применением знаний экономической, организационной и управленческой теории.</p> <p>Владеть: навыками принятия решений в области профессиональной деятельности с применением знаний экономической, организационной и управленческой теории.</p>
	ОПК-1.2. Формулирует профессиональные задачи, используя понятийный аппарат экономической, организационной и управленческой теории	<p>Знать: понятийный аппарат экономической, организационной и управленческой теории.</p> <p>Уметь: осуществлять постановку профессиональных задач, используя категориальный аппарат экономической, организационной и управленческой теории.</p> <p>Владеть: навыками применения понятийного аппарата экономической, организационной и управленческой теории в процессе осуществления профессиональной деятельности.</p>
	ОПК-1.3. Решает профессиональные задачи, используя инструментарий экономической, организационной и управленческой теории	<p>Знать: инструментарий экономической, организационной и управленческой теории.</p> <p>Уметь: применять инструментарий экономической, организационной и управленческой теории для решения профессиональных задач.</p> <p>Владеть: навыками использования инструментария экономической, организационной и управленческой теории для принятия обоснованных решений в области профессиональной деятельности.</p>
ОПК-2. Способен осуществлять сбор, обработку и анализ данных, необходимых для решения поставленных управленческих задач, с использованием современного ин-	ОПК-2.1. Осознает поставленную управленческую задачу, осуществляет поиск данных для ее решения из различных источников	<p>Знать: содержание поставленной управленческой задачи, методы сбора данных, необходимых для ее решения.</p> <p>Уметь: оценивать и выбирать оптимальные данные для решения поставленной управленческой задачи.</p> <p>Владеть: навыками поиска данных различных видов для решения поставленной управленческой задачи</p>

<p>струментария и интеллектуальных информационно-аналитических систем</p>		<p>с использованием современного инструментария и интеллектуальных информационно-аналитических систем.</p>
	<p>ОПК-2.2. Выбирает соответствующие содержанию управленческих задач инструментарий обработки данных</p>	<p>Знать: процедуры обработки данных в контексте решения поставленной управленческой задачи. Уметь: использовать адекватные содержанию поставленной управленческой задачи методы обработки данных. Владеть: навыками обработки данных, необходимых для решения поставленной управленческой задачи, с использованием современного инструментария и интеллектуальных информационно-аналитических систем.</p>
	<p>ОПК-2.3. Описывает и анализирует данные, необходимые для решения поставленных управленческих задач</p>	<p>Знать: основы теоретических знаний о методах анализа данных. Уметь: выбирать методы анализа данных, соответствующие поставленной управленческой задаче, с использованием современного инструментария и интеллектуальных информационно-аналитических систем. Владеть: умениями последовательно выполнять интеллектуальные действия с данными для достижения поставленной управленческой задачи.</p>
<p>ОПК-3. Способен разрабатывать обоснованные организационно-управленческие решения с учетом их социальной значимости, содействовать их реализации в условиях сложной и динамичной среды и оценивать их последствия</p>	<p>ОПК-3.1. Разрабатывает обоснованные организационно-управленческие решения с учетом их социальной значимости, действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений</p>	<p>Знать: нормативно-правовые акты, регулирующие деятельность организации, в том числе с учетом их социальной значимости. Уметь: выявлять проблемы и принимать организационно-управленческие решения, в рамках правил и норм этики. Владеть: навыками критически оценивать проектные задачи в условиях имеющихся ресурсов и ограничений.</p>
	<p>ОПК-3.2. Содействует реализации организационно-управленческих решений в условиях сложной и динамичной среды, осуществляет текущий мониторинг своих действий</p>	<p>Знать: специфику построения схем принятия организационно-управленческих решений. Уметь: анализировать текущую рыночную конъюнктуру в условиях сложной и динамичной среды. Владеть: навыками проведения текущего мониторинга различных</p>

		этапов реализации организационно-управленческие решения.
	ОПК-3.3. Оценивает последствия и перспективы организационно-управленческих решений, прогнозирует результаты альтернативных решений	Знать: методы изучения внутреннего и внешнего рынка, его потенциала и тенденций развития. Уметь: осуществлять выбор оптимальных способов принятия организационно-управленческих решений. Владеть: методами построения алгоритмов действий, прогнозирования результатов и выбора перспективных альтернатив организационно-управленческих решений.
ОПК-4. Способен выявлять и оценивать новые рыночные возможности, разрабатывать бизнес-планы создания и развития новых направлений деятельности и организаций	ОПК-4.1. Выявляет новые рыночные возможности деятельности в условиях меняющейся экономической ситуации	Знать: рыночные методы хозяйствования, закономерности и особенности развития экономики. Уметь: выявлять новые рыночные возможности деятельности с учетом особенностей конъюнктуры внутреннего и внешнего рынка товаров и услуг. Владеть: опытом организации профессиональной деятельности в условиях меняющейся экономической ситуации.
	ОПК-4.2. Оценивает новые рыночные возможности и выстраивает методологию принятия решений в различных областях функционирования организаций	Знать: специфику оценки новых рыночных возможностей и построения методологических схем принятия решений. Уметь: выбрать группу методов применительно к конкретной ситуации принятия решений, разработать план их применения. Владеть: навыками принятия обоснованных решений в условиях меняющейся экономической ситуации в различных областях функционирования организаций.
	ОПК-4.3. Разрабатывает бизнес-планы создания и развития новых направлений деятельности и организаций	Знать: нормативные требования и методические рекомендации по оформлению бизнес-планов. Уметь: разрабатывать и обосновывать бизнес-планы с применением методик расчета показателей прибыли, эффективности, рентабельности и издержек производства. Владеть: опытом по подготовке и согласованию бизнес-планов, развития новых направлений деятельности и организаций.
ОПК-6. Способен	ОПК-6.1. Понимает принципы	Знать: базовые информационные

<p>понимать принципы работы современных информационных технологий и использовать их для решения задач профессиональной деятельности.</p>	<p>работы современных информационных технологий и систем</p>	<p>технологии; базовые информационные процессы; принципы построения и архитектуру вычислительных систем; основы современных систем управления базами данных;</p> <p>теорию баз данных; принципы работы и возможности современных информационных технологий для решения задач профессиональной деятельности.</p> <p>Уметь: понимать архитектуру и принципы работы современных информационных технологий и систем; формулировать требования пользователя к информационной технологии или системе, необходимой для решения задач профессиональной деятельности;</p> <p>выполнять постановку задачи на создание / модификацию информационной системы; выполнить проектирование структуры базы данных для выбранной предметной области.</p> <p>Владеть: методиками проектирования баз данных; навыками формирования требований пользователя к информационной технологии или системе, необходимой для решения задач профессиональной деятельности; методикой и навыками постановки задачи на создание / модификацию информационной системы.</p>
	<p>ОПК-6.2. Выбирает рациональные решения для осуществления профессиональной деятельности на основе результатов анализа рынка информационных технологий</p>	<p>Знать: составляющие рынка информационных технологий; устройство и функционирование современных информационных технологий и систем; возможности типовых информационных систем; методы исследования и анализа рынка информационных технологий.</p> <p>Уметь: выполнять исследование и анализ рынка информационных технологий; выбирать рациональные решения для осуществления профессиональной деятельности на основе результатов анализа рынка информационных технологий.</p>

		<p>Владеть: методами рационального выбора информационных технологий для решения задач профессиональной деятельности; навыками исследования и анализа рынка информационных технологий с целью выбора рациональных решений для осуществления профессиональной деятельности.</p>
	<p>ОПК-6.3. Использует современные информационные технологии и системы для решения задач профессиональной деятельности</p>	<p>Знать: возможности современных информационных технологий и систем; методики выполнения задач профессиональной деятельности с использованием современных информационных технологий и систем; современные методы ведения профессиональной деятельности в сети Интернет.</p> <p>Уметь: решать задачи профессиональной деятельности с использованием современных информационных технологий; использовать возможности сети Интернет, информационно-коммуникационные технологии, онлайн-сервисы при осуществлении профессиональной деятельности.</p> <p>Владеть: программным инструментарием современных информационных технологий и систем для решения задач профессиональной деятельности; навыками решения задач профессиональной деятельности с использованием современных информационных технологий; навыками ведения профессиональной деятельности в сети Интернет.</p>
<p>ПК-2. Контроль соблюдения бизнес-процессов, их анализ и внедрение программ стимулирования продаж</p>	<p>ПК-2.1. Разработка мероприятий по формированию плана продаж</p>	<p>Знать: основы маркетинга; основы микро- и макроэкономики; основы финансово-экономического анализа; техники продаж.</p> <p>Уметь: разрабатывать предложения по формированию политики ценообразования; прогнозировать рыночную ситуацию и оценивать возможные риски продаж; планировать объемы продаж; ставить четкие, измеримые, достижимые, однозначно трактуемые цели для выполнения плана продаж; анализировать и систематизировать данные по объемам продаж; анализи-</p>

		<p>ровать и оценивать текущие планы продаж; принимать решения в рамках профессиональной компетентности.</p> <p>Владеть: анализом конъюнктуры рынка, деятельности конкурентов и данных по объемам продаж; разработкой планов продаж.</p>
--	--	--

4. Место практики в структуре образовательной программы высшего образования

Блок 2. «Практика», «Часть, формируемая участниками образовательных отношений».

Производственная практика предусмотрена образовательной программой и учебным планом по направлению подготовки 38.03.02 Менеджмент, профиль «Маркетинг». Практика проводится на базе предприятий/организаций, а также на базе ЧГУ в 6 семестре. Организация проведения практики осуществляется на основе договоров с организациями, деятельность которых соответствует профессиональным компетенциям, осваиваемым в рамках ОП ВО.

Практика для обучающихся с ограниченными возможностями здоровья и инвалидов проводится с учетом особенностей их психофизического развития, индивидуальных возможностей и состояния здоровья.

При прохождении практики используются знания, умения и навыки, сформированные в ходе освоения учебных дисциплин и практик ОП ВО:

- Эконометрика,
- Педагогика и психология,
- Маркетинг,
- Организационное поведение,
- Управление бизнесом,
- Управление внешнеэкономической деятельностью,
- Социальный маркетинг,
- Управление операциями,
- Поведение потребителей,
- Маркетинговые исследования,
- Управление персоналом,
- Предпринимательское право,
- Антикризисное управление,
- Маркетинговые коммуникации,
- Многомерные статистические методы,
- Информационное обеспечение логистики,
- Учебная практика (ознакомительная практика).

Знания, умения и навыки, полученные в результате прохождения практики, используются для изучения последующих дисциплин и практик ОП ВО:

- Управление маркетингом,
- Стратегический менеджмент,
- Управление продажами,
- Маркетинг услуг,
- Международный маркетинг,

- Мерчандайзинг,
- Конкурентный анализ,
- Аудит маркетинга,
- Маркетинговый консалтинг,
- Производственная практика (преддипломная),
- Подготовка к процедуре защиты и защита выпускной квалификационной работы.

5. Объем практики в зачетных единицах и ее продолжительность в неделях и академических часах

Организация проведения производственной практики (технологической (проектно-)
Для освоения программы практики в учебном плане предусмотрено 6 зачетных единиц / 216 академических часов. Продолжительность практики – 4 недели.

6. Структура и содержание практики

В соответствии с учебным планом для освоения программы практики в учебном плане предусмотрено 6 з.е./ 216 ак.ч.

№ п/п	Разделы (этапы) практики	Виды работ на практике, включая самостоятельную работу обучающихся	Трудоемкость, час	В том числе на практическую подготовку и индивидуальную контактную работу, час.	Формируемые компетенции
1.	Организация практики, подготовительный этап	Проведение организационного собрания, на котором освещаются цели и основные задачи практики, указываются отчетные сроки, раздаются необходимые материалы для прохождения практики. Оформление на практику, инструктаж по ознакомлению с требованиями охраны труда, техники безопасности, пожарной безопасности, а также правилами внутреннего трудового распорядка организации, предоставляющей место для прохождения практики. Получение задания по практике.	4	2	ОПК-1, ОПК-2, ОПК-3, ОПК-4, ОПК-5, ОПК-6, ПК-2.1
2.	Основной этап	Обучение и работа на рабочем месте в качестве стажера-практиканта в соответ-	140	155	ОПК-1, ОПК-2, ОПК-3, ОПК-4,

№ п/п	Разделы (этапы) практики	Виды работ на практике, включая самостоятельную работу обучающихся	Трудоемкость, час	В том числе на практическую подготовку и индивидуальную контактную работу, час.	Формируемые компетенции
		<p>ствии с индивидуальным заданием.</p> <p>Знакомство с организационной структурой объекта практики. Изучение технологической и нормативной документации.</p> <p>Изучение работы систем и работы основного оборудования данного объекта.</p> <p>Знакомство с инструкциями, рекомендациями, памятками, справочниками, изданиями проектного института или предприятия – объекта практики, а также с изданиями ведомственного характера, а также их изучение.</p> <p>Сбор фактического и литературного материала.</p> <p>Анализ собранных материалов, проведение расчетов, составление графиков, диаграмм.</p> <p>Ведение дневника практики.</p>			ОПК-5, ОПК-6, ПК-2.1
3.	Аналитический этап	<p>Представление руководителю практики собранных материалов.</p> <p>Выполнение производственных заданий.</p> <p>Участие в решении конкретных профессиональных задач.</p> <p>Обсуждение с руководителем практики проделанной части работы.</p>	44		ОПК-1, ОПК-2, ОПК-3, ОПК-4, ОПК-5, ОПК-6, ПК-2.1
3.	Заключительный этап	Составление на основе проведенного исследования выводов и предложений.	28	7	ОПК-1, ОПК-2, ОПК-3, ОПК-4,

№ п/п	Разделы (этапы) практики	Виды работ на практике, включая самостоятельную работу обучающихся	Трудоемкость, час	В том числе на практическую подготовку и индивидуальную контактную работу, час.	Формируемые компетенции
		Подготовка отчетной документации. Оформление отчета по практике в соответствии с требованиями. Сдача отчета о прохождении практики на кафедре. Защита отчета.			ОПК-5, ОПК-6, ПК-2.1
	ИТОГО		216	164	
	ИТОГО, з.е.		6		

7. Форма отчётности по практике

Формой аттестации практики является зачет с оценкой (дифференцированный зачет). По итогам зачета обучающемуся могут быть выставлены оценки «отлично», «хорошо», «удовлетворительно» и «неудовлетворительно».

Разработчик рабочей программы практики:

Иванова Т.В., доктор экономических наук, доцент кафедры менеджмента и маркетинга.

АННОТАЦИЯ
рабочей программы практики
«Производственная практика (преддипломная практика)»
направления подготовки 38.03.02 Менеджмент
направленности (профиля) «Маркетинг»

1. Цели и задачи обучения при прохождении практики

Преддипломная практика проводится с **целью** развития практических умений и навыков, необходимых для самостоятельного решения конкретных задач в области маркетинга и работы над материалом, связанным с темой выпускной квалификационной работы, подготовкой ее текста.

Задачи практики:

- изучение деятельности организации в соответствии с программой практики;
- освоение методов сбора, обработки и анализа управленческой информации;
- приобретение опыта профессиональной деятельности в области маркетинга.

2. Вид, тип практики, способ и формы ее проведения

Тип практики – преддипломная практика.

Практика проводится в форме практической подготовки в соответствии с календарным учебным графиком и учебным планом.

Способы проведения практики – стационарная (проводится в организации либо в профильной организации, расположенной на территории населенного пункта, в котором расположена организация), выездная (проводится вне населенного пункта, в котором расположена организация).

Форма проведения практики – дискретная по видам практик – путем выделения в календарном учебном графике непрерывного периода учебного времени для проведения каждого вида (совокупности видов) практики.

Практическая подготовка при проведении практики организуется путем непосредственного выполнения обучающимися определенных видов работ, связанных с будущей профессиональной деятельностью.

Практика для обучающихся с ограниченными возможностями здоровья и инвалидов проводится с учетом особенностей их психофизического развития, индивидуальных возможностей и состояния здоровья.

3. Планируемые результаты обучения при прохождении практики, соотнесенные с результатами освоения образовательной программы

Проведение производственной практики с учетом направленности (профиля) нацелено на формирование у бакалавра, в соответствии с целями основной образовательной программы и задачами будущей профессиональной деятельности, следующих компетенций, в результате освоения которых обучающийся должен:

Код компетенции	Индикатор достижения компетенции	Планируемые результаты обучения
ПК-1. Маркетинговые исследования, взаимодействия с субъектами товаропроводящей сети	ПК-1.1. Сбор, формирование и ведение базы данных для анализа рынка.	Знать: приказы, положения, инструкции организации; нормативную документацию организации; основы маркетинга и делопроизводства; основы микро- и макроэкономики; методы сегментирования рынка; методику позиционирования продукции организации на рынке; статистические и

		<p>маркетинговые методы сбора, обработки, анализа и прогнозирования данных; конкурентов сегменте рынка.</p> <p>Уметь: определять факторы, влияющие на уровень продаж организации и емкость рынка; находить данные из различных источников и выполнять их верификацию; использовать внутренние информационные ресурсы; применять статистические и маркетинговые методы сбора, обработки, анализа и прогнозирования данных; выбирать критерии для анализа; анализировать эффективность каналов сбора данных; определять конкурентное окружение продукта организации на рынке; отслеживать изменения в социально-экономической ситуации; регулярно актуализировать базу данных; оптимизировать базу данных; определять модели-аналоги продукта конкурентов; применять в работе информацию по техническим характеристикам и конструктивным особенностям продукта организации и конкурентов; проводить сравнительный анализ технических характеристик и конструктивных особенностей продукта организации и конкурентов; использовать прикладные программные продукты.</p> <p>Владеть: анализом технических характеристик и конструктивных особенностей продукта организации и конкурентов с учетом результатов анализа статистических данных; непрерывным обновлением базы данных с применением статистических и маркетинговых методов их сбора.</p>
	<p>ПК-1.2. Мониторинг цен на продукт организации и конкурентов</p>	<p>Знать: статистические и маркетинговые методы сбора, обработки, анализа и прогнозирования данных; методы сегментирования рынка; методы ценового анализа; методика позиционирования продукции организации на рынке; прейскуранты организации.</p> <p>Уметь: проводить мониторинг в соответствии с установленным графиком; выявлять и анализировать перечень моделей, имеющих наибольший потребительский спрос в каждом продуктовом сегменте; определять модели-аналоги продукта конкурентов; определять достоверные источники информации; собирать информацию о ценах на модели-аналоги продукта конкурентов; вести базу данных динамики изменения цен на продукт; оформлять инфор-</p>

		<p>мацию о мониторинге цен в удобном и наглядном виде; использовать прикладные программные продукты.</p> <p>Владеть: формированием перечней моделей и динамики изменения цен в каждом продуктовом сегменте; разработкой предложений по изменению цен на продукт на основе анализа цен на модели-аналоги продукта конкурентов.</p>
	<p>ПК-1.3. Выполнение задач по маркетинговым исследованиям в соответствии с целями задания</p>	<p>Знать: методы расчета емкости рынка; статистические и маркетинговые методы сбора, обработки, анализа и прогнозирования данных; методы сегментирования рынка; методику позиционирования продукта организации на рынке; конкурентов в сегменте рынка; специализированные программные продукты.</p> <p>Уметь: проводить маркетинговое исследование в соответствии с планом и требованиями технического задания; согласовывать цели и задачи выполнения составной части маркетингового исследования в соответствии с целями технического задания; составлять индивидуальный план выполнения задач в рамках маркетингового исследования; применять статистические методы сбора, обработки, анализа данных; собирать и обрабатывать данные для оценки степени удовлетворенности клиента; использовать прикладные программные продукты; проводить статистическую обработку результатов маркетинговых исследований; оформлять информацию по результатам маркетинговых исследований в удобном и наглядном виде.</p> <p>Владеть: проведением маркетинговых исследований с применением статистических методов сбора, обработки, анализа данных; ведением документации по статистической обработке результатов маркетинговых исследований в соответствии со стандартами организации.</p>
<p>ПК-2. Контроль соблюдения бизнес-процессов, их анализ и внедрение программ стимулирования продаж</p>	<p>ПК-2.1. Разработка мероприятий по формированию плана продаж</p>	<p>Знать: основы маркетинга; основы микро- и макроэкономики; основы финансово-экономического анализа; техники продаж.</p> <p>Уметь: разрабатывать предложения по формированию политики ценообразования; прогнозировать рыночную ситуацию и оценивать возможные риски продаж; планировать объемы продаж; ставить четкие, измеримые, достижимые, однозначно трактуемые цели для выполнения плана про-</p>

		<p>даж; анализировать и систематизировать данные по объемам продаж; анализировать и оценивать текущие планы продаж; принимать решения в рамках профессиональной компетентности.</p> <p>Владеть: анализом конъюнктуры рынка, деятельности конкурентов и данных по объемам продаж; разработкой планов продаж.</p>
	ПК-2.2. Контроль выполнения плана продаж	<p>Знать: приказы, положения, инструкции, нормативная документация организации; организационная структура организации; основы маркетинга; основы менеджмента.</p> <p>Уметь: планировать мероприятия по обеспечению контроля выполнения плана продаж; осуществлять декомпозицию целей для подразделений; организовывать контроль выполнения плановых показателей; осуществлять мониторинг выполнения плановых показателей продаж; корректировать выполнение плановых показателей продаж; контролировать выполнение программ стимулирования продаж; выявлять и анализировать причины появления нештатных ситуаций, устанавливать причины их возникновения и принимать меры по их предотвращению.</p> <p>Владеть: мониторингом, анализом выполнения и корректировки запланированных показателей по объемам продаж.</p>
	ПК-2.3. Разработка бюджета подразделения	<p>Знать: приказы, положения, инструкции, нормативная документация организации; методики бюджетирования; основы инвестиционного проектирования; финансовое планирование и бюджетирование.</p> <p>Уметь: разрабатывать структурированный бюджетный план; разрабатывать и применять инструментарий для расчета бюджета; оперативно корректировать бюджетный план; своевременно корректировать бюджет; применять специализированные программные продукты.</p> <p>Владеть: разработкой, анализом выполнения и корректировкой бюджета подразделения.</p>
	ПК-2.4. Разработка мероприятий по оптимизации процессов продаж	<p>Знать: приказы, положения, инструкции организации; организационная структура организации; основы логистики; основы маркетинга; основы менеджмента.</p> <p>Уметь: устанавливать принципы организации в области продаж с учетом стратегических целей; организовывать разработку</p>

		<p>плана деятельности подразделения в соответствии со стратегическими целями и бюджетом; оценивать текущие показатели продаж продукции; оценивать эффективность реализации процессов продаж продукции; анализировать прямые и косвенные показатели эффективности продаж продукции; организовывать разработку мероприятий, направленных на повышение объема продаж продукции; организовывать контроль проведения мероприятий, направленных на повышение объема продаж продукции; оценивать эффективность мероприятий, направленных на повышение объема продаж, по ключевым показателям.</p> <p>Владеть: анализом объемов продаж и эффективности процессов продаж; разработкой и контролем мероприятий по увеличению объемов продаж и оптимизации процессов продаж.</p>
	<p>ПК-2.5. Контроль соблюдения бизнес-процессов</p>	<p>Знать: приказы, положения, инструкции, нормативная документация организации; организационную структуру организации.</p> <p>Уметь: организовывать разработку документации, регламентирующей контроль соблюдения бизнес-процессов; организовывать разработку документации в соответствии с требованиями системы менеджмента качества; организовывать контроль финансовой деятельности подразделения; анализировать действующие бизнес-процессы; организовывать разработку мероприятий по оптимизации действующих бизнес-процессов; инициировать обратную связь от подчиненных по оптимизации бизнес-процессов; обеспечивать контроль соблюдения регламентов и стандартов организации; рассматривать предложения персонала по оптимизации бизнес-процессов, регламентов/процедур; контролировать соблюдение бизнес-процессов, регламентов/процедур.</p> <p>Владеть: анализом, оптимизацией и контролем соблюдения бизнес-процессов, действующих в организации; анализом соблюдения персоналом требований стандартов организации.</p>
<p>ПК-3. Прогнозирование спроса на существующих и потенциальных рынках сбыта и</p>	<p>ПК-3.1. Анализ, оценка и прогноз рынка</p>	<p>Знать: основы математической статистики и финансово-экономического анализа; основы макро- и микроэкономики; основы стратегического маркетинга; методы стратегического анализа; методы расчета емко-</p>

<p>реализация программ продвижения продукта организации</p>		<p>сти рынка; методы ценового анализа; методы сегментирования рынка; методы анализа конкурентоспособности; методику позиционирования продукта организации на рынке; статистические и маркетинговые методы сбора, обработки, анализа и прогнозирования данных.</p> <p>Уметь: анализировать изменения в социально-экономической ситуации; анализировать результаты прогноза предыдущего периода; анализировать факторы, влияющие на уровень продаж организации и емкость рынка; прогнозировать изменения факторов, влияющих на емкость рынка и продажи продукта организации; анализировать и прогнозировать спрос на существующих и потенциальных рынках сбыта; применять математические, статистические и маркетинговые методы обработки, анализа и прогнозирования данных; анализировать, синтезировать и интерпретировать статистические данные; сегментировать рынок и определять целевые сегменты рынка; рассчитывать и сопоставлять темпы роста показателей; применять специализированные программы для анализа показателей.</p> <p>Владеть: анализом спроса на продукт организации на рынках сбыта; разработкой предложений, способствующих росту показателей продаж.</p>
	<p>ПК-3.2. Разработка плана и проведение маркетингового исследования</p>	<p>Знать: основы математической статистики и финансово-экономического анализа; основы стратегического маркетинга; методы расчета емкости рынка; методы ценового анализа; методы сегментирования рынка; методику позиционирования продукции организации на рынке; статистические и маркетинговые методы сбора, обработки, анализа и прогнозирования данных; методы анализа конкурентоспособности и стратегического анализа; специализированные программные продукты.</p> <p>Уметь: согласовывать цели и определять задачи, целевую аудиторию, методы маркетингового исследования и репрезентативную выборку; разрабатывать план-график, порядок и процедуры проведения маркетингового исследования; разрабатывать инструментарий для проведения маркетингового исследования; определять ресурсы для проведения маркетингового ис-</p>

		<p>следования; организовывать проведение маркетингового исследования; применять статистические и маркетинговые методы сбора, обработки, анализа и прогнозирования данных; обрабатывать результаты маркетингового исследования, применяя специализированное программное обеспечение; анализировать, синтезировать и интерпретировать статистические данные; применять в работе информацию по техническим характеристикам и конструктивным особенностям продукта организации и конкурентов; сегментировать рынок и определять целевые сегменты рынка; выявлять конкурентные преимущества продукта организации; анализировать результаты оценки степени удовлетворенности клиента.</p> <p>Владеть: анализом результатов предыдущих маркетинговых исследований; разработкой предложений по формированию инструментария, порядку и процедурам проведения маркетинговых исследований.</p>
	<p>ПК-3.3. Анализ конкурентоспособности продукта организации</p>	<p>Знать: основы стратегического маркетинга; методы расчета емкости рынка; методы ценового анализа; методы сегментирования рынка; методику позиционирования продукта организации на рынке; методы анализа конкурентоспособности и стратегического анализа; статистические и маркетинговые методы сбора, обработки, анализа и прогнозирования данных; конкурентов в сегменте рынка; специализированные программные продукты.</p> <p>Уметь: анализировать спрос на существующих и потенциальных рынках сбыта; применять в работе информацию по техническим характеристикам и конструктивным особенностям продукта организации и конкурентов; определять модели-аналоги конкурентов; применять методы ценового анализа; проводить сравнительный анализ технических характеристик и конструктивных особенностей продукта организации и конкурентов; применять методы комплексного анализа конкурентоспособности; выявлять конкурентные преимущества продукта организации; анализировать информацию о ценах на модели-аналоги конкурентов; разрабатывать структуру анализа конкурентоспособности продуктового портфеля; проводить сравнительный ана-</p>

		<p>лиз предложений организации с предложениями других участников рынка; проводить анализ динамики и структуры цены; разрабатывать предложения по изменению прейскуранта; оценивать перспективы выхода и реализации продукта на внешнем рынке; разрабатывать предложения по результатам анализа конкурентоспособности продуктового портфеля.</p> <p>Владеть: анализом данных по техническим характеристикам и конструктивным особенностям продукта организации и конкурентов; разработкой предложений по оптимизации методов комплексного анализа конкурентоспособности продукта.</p>
	<p>ПК-3.4. Разработка маркетингового задания на создание продукта и/или внесение изменений</p>	<p>Знать: стандарты организации; организационная структура организации; методы расчета емкости рынка; методы ценового анализа; методы сегментирования рынка; методику позиционирования продукта; методы анализа конкурентоспособности продукта и стратегического анализа.</p> <p>Уметь: анализировать тенденции развития продуктовых сегментов, потребительских предпочтений; определять модели-аналоги продукта конкурентов; выявлять конкурентные преимущества продукта организации и конкурентов; применять методы комплексного анализа конкурентоспособности продукта организации; определять емкость целевых сегментов; определять позиционирование продукта и ключевые технические и потребительские параметры; строить прогноз продаж нового продукта; определять цену продукта организации; применять в работе информацию по техническим характеристикам и конструктивным особенностям продукта организации и конкурентов; разрабатывать предложения по выводу на рынок нового продукта организации в соответствии с требованиями рынка; разрабатывать предложения по внесению изменений в продукт организации; обеспечивать соответствие маркетингового задания на разработку нового продукта тенденциям развития экологических норм и стандартов; соблюдать принципы принятия решений исключительно в интересах организации.</p> <p>Владеть: анализом данных по конкурентным преимуществам продуктов организации и конкурентов; методиками прогноза</p>

		<p>продаж нового продукта с учетом ключевых технических и потребительских параметров.</p>
	<p>ПК-3.5. Реализация программы продвижения продукта организации</p>	<p>Знать: основы маркетинга; основы рекламной деятельности; методику разработки комплекса маркетинга; техники продаж.</p> <p>Уметь: определять цели программы продвижения продукта организации; разрабатывать техническое задание на проведение рекламной деятельности по продвижению продукта; организовывать проведение тендера на выполнение работ по реализации программы продвижения продукта; разрабатывать программу продвижения продукта; выбирать каналы коммуникаций для реализации программы продвижения продукта; взаимодействовать по каналам коммуникаций для реализации программы продвижения продукта; анализировать эффективность программы продвижения продукта; разрабатывать сводный отчет по результатам реализации программы продвижения продукта; работать с подразделениями организации; оформлять отчет в соответствии со стандартами организации.</p> <p>Владеть: анализом выбора каналов коммуникаций и эффективности программы продвижения продукта; разработкой предложений по повышению эффективности программы продвижения продукта.</p>
	<p>ПК-3.6. Подготовка отчета об анализе маркетинговой деятельности</p>	<p>Знать: стандарты организации; приказы, положения, инструкции, нормативная документация организации; основы маркетинга; основы делопроизводства; статистические и маркетинговые методы сбора, обработки, анализа и прогнозирования данных.</p> <p>Уметь: определять цель подготовки отчета; разрабатывать план подготовки отчета; анализировать статистические данные с использованием методов многомерного анализа; анализировать, синтезировать и интерпретировать статистические данные; определять взаимосвязь между прямыми и косвенными показателями бизнеса; разрабатывать рекомендации с учетом выводов; применять специализированное программное обеспечение; оформлять отчет в соответствии со стандартами организации.</p> <p>Владеть: анализом результативности использования данных с учетом синтеза и интерпретации статистических данных в мар-</p>

		кетинговой деятельности; разработкой по результатам анализа маркетинговой деятельности предложений для подготовки отчета.
	ПК-3.7. Взаимодействие с субъектами товаропроводящей сети	<p>Знать: основы конфликтологии и межличностных отношений; методика позиционирования продукции организации на рынке; план коммуникаций по направлениям деятельности; техника проведения переговоров.</p> <p>Уметь: разрабатывать стандарты организации для осуществления деятельности товаропроводящей сети; разрабатывать план работы по взаимодействию с субъектами товаропроводящей сети; организовывать работу в соответствии с планом и графиком предоставления данных от товаропроводящей сети; консультировать по соблюдению стандартов организации; анализировать информацию, связанную с соблюдением требований стандартов организации; контролировать выполнение требований стандартов организации в товаропроводящей сети; разрабатывать сводный отчет по соблюдению стандартов организации товаропроводящей сетью; применять методики и техники ведения переговоров.</p> <p>Владеть: методикой обеспечения контроля деятельности товаропроводящей сети; контролем выполнения требований стандартов организации.</p>
	ПК-3.8. Разработка плана рекламной кампании	<p>Знать: основы рекламной деятельности; основы медиапланирования; методика анализа эффективности рекламной деятельности; методы повышения эффективности рекламной деятельности.</p> <p>Уметь: анализировать факторы, влияющие на эффективность рекламной деятельности, в том числе в разрезе субъектов Российской Федерации (рейтинги СМИ, прейскуранты, характеристики целевой аудитории, медиапредпочтения целевой аудитории); применять статистические и маркетинговые методы обработки, анализа и прогнозирования данных; анализировать эффективность каналов коммуникаций; анализировать рекламную деятельность конкурентного окружения; анализировать тенденции развития рынка и технологий в области рекламы; согласовывать цели и задачи рекламной кампании; разрабатывать план рекламной кампании; использовать</p>

		<p>методы медиапланирования; разрабатывать план выставочных мероприятий; разрабатывать план изготовления рекламно-сувенирной продукции; разрабатывать концепцию проведения рекламной кампании.</p> <p>Владеть: анализом эффективности каналов коммуникаций для реализации рекламной деятельности организации; анализом и применением данных статистических и маркетинговых исследований при формировании плана рекламной кампании.</p>
	<p>ПК-3.9. Организация рекламной кампании</p>	<p>Знать: законодательство Российской Федерации в области рекламной деятельности; приказы, положения, инструкции, нормативная документация организации; основы рекламной деятельности; основы медиапланирования; методика анализа эффективности рекламной деятельности; методы повышения эффективности рекламной деятельности.</p> <p>Уметь: обеспечивать соответствие деятельности по направлениям требованиям законодательных нормативных актов; организовывать выполнение плана рекламной кампании; обеспечивать соответствие рекламной продукции стандартам организации и целям рекламной кампании; работать с подразделениями и сторонними организациями; организовывать и контролировать процесс документооборота в рамках реализации рекламной кампании; контролировать освоение бюджетных средств на рекламную деятельность; контролировать выполнение плана рекламной кампании; оперативно корректировать план деятельности в соответствии с изменяющимися условиями; анализировать и оценивать эффективность рекламной кампании.</p> <p>Владеть: методикой определения целей и плана рекламной кампании; методикой контроля и своевременной корректировки плана рекламной кампании в соответствии с изменяющимися условиями.</p>

4. Место практики в структуре

образовательной программы высшего образования

Блок 2. «Практика», «Часть, формируемая участниками образовательных отношений».

Преддипломная практика предусмотрена образовательной программой и учебным планом по направлению подготовки 38.03.02 Менеджмент, профиль «Маркетинг». Практика проводится на базе предприятий/организаций, а также на базе ЧГУ в 8 семестре. Ор-

ганизация проведения практики осуществляется на основе договоров с организациями, деятельность которых соответствует профессиональным компетенциям, осваиваемым в рамках ОП ВО.

Практика для обучающихся с ограниченными возможностями здоровья и инвалидов проводится с учетом особенностей их психофизического развития, индивидуальных возможностей и состояния здоровья.

При прохождении практики используются знания, умения и навыки, сформированные в ходе освоения учебных дисциплин и практик ОП ВО:

- Управление маркетингом,
- Стратегический менеджмент,
- Управление продажами,
- Маркетинг услуг,
- Международный маркетинг,
- Мерчандайзинг,
- Конкурентный анализ,
- Аудит маркетинга,
- Маркетинговый консалтинг,
- Учебная практика (ознакомительная практика),
- Производственная практика (технологическая (проектно-технологическая) практика).

Знания, умения и навыки, полученные в результате прохождения практики, используются для изучения последующих дисциплин ОП ВО:

- Промышленный маркетинг,
- Маркетинг проекта,
- Маркетинг инноваций,
- Правовое регулирование маркетинговой деятельности,
- Подготовка к процедуре защиты и защита выпускной квалификационной работы.

5. Объем практики в зачетных единицах и ее продолжительность в неделях и академических часах

Для освоения программы практики в учебном плане предусмотрено 6 зачетных единиц / 216 академических часов. Продолжительность практики – 4 недели.

6. Структура и содержание практики

В соответствии с учебным планом для освоения программы практики в учебном плане предусмотрено 6 з.е./ 216 ак.ч.

№ п/п	Разделы (этапы) практики	Виды работ на практике, включая самостоятельную работу обучающихся	Трудоемкость, час	В том числе на практическую подготовку и индивидуальную контактную работу, час.	Формируемые компетенции
1.	Организация практики, подготовительный этап	Проведение организационного собрания, на котором освещаются цели и основные задачи	4	2	ПК-1, ПК-2, ПК-3

№ п/п	Разделы (этапы) практики	Виды работ на практике, включая самостоятельную работу обучающихся	Трудоемкость, час	В том числе на практическую подготовку и индивидуальную контактную работу, час.	Формируемые компетенции
		<p>практики, указываются отчетные сроки, раздаются необходимые материалы для прохождения практики. Оформление на практику, инструктаж по ознакомлению с требованиями охраны труда, техники безопасности, пожарной безопасности, а также правилами внутреннего трудового распорядка организации, предоставляющей место для прохождения практики.</p> <p>Получение задания по практике.</p>			
2.	Основной этап	<p>Обучение и работа на рабочем месте в качестве стажера-практиканта в соответствии с индивидуальным заданием.</p> <p>Знакомство с организационной структурой объекта практики. Изучение технологической и нормативной документации.</p> <p>Изучение работы систем и работы основного оборудования данного объекта.</p> <p>Знакомство с инструкциями, рекомендациями, памятками, справочниками, изданиями проектного института или предприятия – объекта практики, а также с изданиями ведомственного характера, а также их изучение.</p> <p>Сбор фактического и</p>	140	155	ПК-1, ПК-2, ПК-3

№ п/п	Разделы (этапы) практики	Виды работ на практике, включая самостоятельную работу обучающихся	Трудоемкость, час	В том числе на практическую подготовку и индивидуальную контактную работу, час.	Формируемые компетенции
		литературного материала. Анализ собранных материалов, проведение расчетов, составление графиков, диаграмм. Ведение дневника практики.			
3.	Аналитический этап	Представление руководителю практики собранных материалов. Выполнение производственных заданий. Участие в решении конкретных профессиональных задач. Обсуждение с руководителем практики проделанной части работы.	44	4	ПК-1, ПК-2, ПК-3
3.	Заключительный этап	Составление на основе проведенного исследования выводов и предложений. Подготовка отчетной документации. Оформление отчета по практике в соответствии с требованиями. Сдача отчета о прохождении практики на кафедре. Защита отчета.	28	3	ПК-1, ПК-2, ПК-3
	ИТОГО		216	164	
	ИТОГО, з.е.		6		

7. Форма отчётности по практике

Формой аттестации практики является зачет с оценкой (дифференцированный зачет). По итогам зачета обучающемуся могут быть выставлены оценки «отлично», «хорошо», «удовлетворительно» и «неудовлетворительно».

Разработчик рабочей программы практики:

Иванова Т.В., доктор экономических наук, доцент кафедры менеджмента и маркетинга.

